

Кластери подієвого туризму в Україні

В Україні подієвий туризм почав розвиватися порівняно нещодавно, з 90-х років ХХ ст. Його поява була зумовлена потребою споживачів у нових емоціях та враженнях. Офіційно туристичні компанії розпочали реалізацію подієвих турів лише у 2002 році. Наразі, цей вид туризму в нашій країні розвивається досить повільними темпами.

Нажаль, міста України не мають належного досвіду управління подієвими заходами, що спричиняє відсутність реалізації у довгостроковій перспективі власних інтересів та конкурентних переваг регіону.

Загалом мешканці України подорожують до інших країн, щоб відвідати масштабні події, відомі на увесь світ, зокрема: Олімпійські ігри, Євробачення, Бразильський чи Венеціанський карнавали та багато інших. На жаль, частка іноземців, які приїждять до України, щоб відвідати певний захід, є досить незначною. Найбільший попит іноземців на подієвий туризм в Україні було зафіксовано у 2005 році, коли вперше у Києві було проведено Всесвітньовідомий конкурс «Євробачення»; у 2012 році, коли Україні приймала Чемпіонат Європи з футболу; сплеск інтересу з боку іноземців відмічався у 2019 році до міста Прип'ять з приводу виходу серіалу «Чорнобиль».

Низький попит може бути зумовлений тим, що наша держава не підтримує і не вкладає кошти у розвиток такого перспективного виду туризму на території України. Також, розвиток подієвого туризму залежить від належної організації подієвих турів туристичними агентствами, їх обізнаності у можливостях регіону, наявності закладів харчування, розміщення, своєчасній рекламі та просуванні подій, наданні актуальної інформації споживачам послуг тощо.

Щоб сприяти розвитку подієвого туризму на території України, необхідно на державному рівні:

- 1) розробити актуальний календар подій, які могли б зацікавити туристів;
- 2) забезпечити належне фінансування витрат, пов'язаних з маркетинговими заходами та організацією подій;
- 3) забезпечити систематичне проведення подій;
- 4) за рахунок економічних механізмів (зокрема зниження податків тощо), стимулювати туристичні підприємства до розробки туристичних продуктів на основі подієвого туризму;
- 5) організувати підготовку висококваліфікованих кадрів для координації та реалізації подієвих турів;
- 6) розробити логістику для кожної події;
- 7) створити необхідну інфраструктуру для кожної події;
- 8) забезпечити належну безпеку туристів під час проведення події.

Для ефективного використання туристичного потенціалу території в рамках реалізації національного проєкту «Туристичні кластери 300+» у липні 2018 року створено туристичний кластер «Західна Черкащина». Метою діяльності кластера є покращення умов для прийому туристів у місті Умані, а також створення сучасної туристичної інфраструктури у Бугському каньйоні та в інших популярних туристичних місцях регіону. Створення у туристичному кластері сучасного, цікавого туристичного продукту високої якості, безпечного і доступного для споживачів, дасть змогу привабити туристів та домогтися їх зацікавленості залишитися на декілька днів для відвідування усіх туристичних об'єктів на території, яку він об'єднує. За короткий період діяльності фахівці туристичного кластера «Західна Черкащина» долучилися до створення фестивального туристичного продукту в місті, організувавши проведення Фестивалю сиру і вина, Дня вуличної музики, фестивалю «HOLI DANCE UMAN 2019».